



Open Access Repository  
[www.ssoar.info](http://www.ssoar.info)

## El pacto periodístico

Romero Álvarez, Ma. de Lourdes

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Romero Álvarez, M. d. L. (2002). El pacto periodístico. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 45(186), 159-173. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2002.186.48144>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

gesis  
Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

Mitglied der  
  
Leibniz-Gemeinschaft

Diese Version ist zitierbar unter / This version is citable under:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-59441-6>

# El pacto periodístico

MA. DE LOURDES ROMERO ÁLVAREZ\*

## Resumen

En este artículo se plantea una de las cuestiones fundamentales sobre las que se realiza la actividad periodística y que la autora ha llamado el pacto periodístico. El pacto, celebrado entre el periodista y sus lectores, consiste en que el emisor expresa lo que sucedió tal y como lo vio y el destinatario acepta lo expresado en las mismas condiciones. El compromiso entre ambos participantes los obliga a saber y cumplir con lo estipulado en el contrato, para evitar que alguna de las partes se sienta defraudada. El periodista convierte los hechos en relato; al procesarlos los manipula, es decir, los interpreta, selecciona y organiza, los jerarquiza y los somete a las exigencias del lenguaje. El resultado de esta proceso de subjetividad se presenta al lector para su verificación y actualización.

## Abstract

This article discusses one of the fundamental questions about journalism, which the author defines as the journalistic pact. This pact, involving the journalist and his/her readers, assumes that the spokesperson expresses the event as he/she saw it and the receptor accepts the way the event was expressed. The commitment between both obliges them to know and fulfil the contract to avoid anyone being dissatisfied. The journalist converts the facts into a story; by processing them he/she manipulates them, that is to say, he/she interprets, selects and organises, prioritises and applies linguistic criteria requirements. The outcome of this subjective process is presented to the reader as verified and current fact.

*Palabras clave:* periodismo, géneros informativos, pacto periodístico, relato periodístico, acto de habla, perspectiva pragmática, situación comunicativa, emisor, receptor, función perlocutiva.

---

**E**n 1977, en un artículo publicado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Máximo Simpson señalaba la confusión en la que algunos tratadistas incurrían en cuanto a las características y los elementos constitutivos del reportaje, así como la

---

\* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación, Edificio E, Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, col. Copilco Universidad, México, D.F., CP. 04510.

---

división tajante entre los géneros periodísticos informativos y los interpretativos.<sup>1</sup> Cinco años más tarde, en 1982, Concha Fagoaga sostiene que sobre cierta terminología de uso habitual entre quienes se relacionan con el periodismo no se han “generado estudios de cierta consistencia, lo que da lugar a planteamientos imprecisos, generales en exceso y, cuando menos, poco esclarecedores”.<sup>2</sup> No es necesario realizar un análisis exhaustivo del estado actual de los estudios de periodismo para coincidir con estas afirmaciones. Todavía hoy en día, tanto en el ambiente de los medios como en el universitario, es frecuente utilizar términos poco precisos, extraídos del uso cotidiano, sin esclarecer ni delimitar previamente su significado. Más grave aún es la falta de una concepción teórica que integre y dé fundamento a una multitud de saberes provenientes de la práctica y de otras disciplinas. Así, no es extraño que existan aseveraciones que, aunque pudieran parecer aceptables, son equívocas o, por lo menos, susceptibles de interpretarse de manera diversa y, en consecuencia, de generar inferencias contradictorias. Tal sucede, por citar algunos ejemplos, con afirmaciones sobre los nexos entre la literatura y el periodismo, las características del estilo periodístico y la presencia o ausencia de la objetividad y la subjetividad en los productos periodísticos.

En este trabajo pretendo replantear una de las cuestiones fundamentales sobre las que se realiza la labor periodística y que he llamado el pacto periodístico.

Para exponer mi planteamiento explico, primero, lo que es un acto de habla y cómo es posible considerar al relato periodístico como tal; pues sólo a partir de esta perspectiva pragmática es posible concebir el pacto periodístico. A continuación, describo quiénes deben ser los participantes del pacto y enuncio las condiciones sobre las cuales se debe firmar el contrato. Por último, planteo, con ejemplos, las ocasiones en que puede fallar el contrato por inobservancia de alguna de las partes o de las condiciones requeridas para cumplir cabalmente con el pacto.

<sup>1</sup> M. Simpson “Reportaje, objetividad y crítica social (el presente como historia)”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 86-87, p. 143.

<sup>2</sup> C. Fagoaga, *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*, Barcelona, Mitre, 1982, p. 7.

## I

El acto de habla surge cuando un hablante emite un enunciado en una lengua natural en un contexto determinado, es decir, en una situación comunicativa específica. Proferir un acto de habla no significa hablar por hablar, sino que representa, y de manera decisiva, un acto social, por medio del cual los miembros de una comunidad hablante entran en interacción mutua.

Los actos de habla son actos sociales en la medida en que se llevan a cabo en un contexto comunicativo o contexto pragmático, definido éste como el conjunto de datos que sirve de base para determinar si los actos de habla son o no adecuados.

La palabra “adecuado” deberá entenderse aquí como un término técnico que explica una propiedad de las acciones: la satisfacción.<sup>3</sup> Si el hablante produce una emisión y consigue que el oyente interprete lo enunciado de la manera en que el primero quería producirlo, podrá decirse que es un acto de habla adecuado.

La mayoría de las veces, los actos de habla no tienen sentido si se analizan de manera aislada, es necesario relacionarlos con otros actos de habla de una secuencia. Los macroactos de habla son secuencias de actos de habla linealmente conectados y salvo esta diferencia exigen las mismas condiciones de adecuación que los actos de habla simples.

Los relatos periodísticos son secuencias de actos de habla. No existe, entonces, ninguna restricción para que estos relatos puedan ser considerados como actos de habla en el nivel global; sobre todo si se advierte que su finalidad primordial coincide con la de todo acto de habla: incidir en el contenido y principios fundamentales de nuestros conocimientos y representaciones sociales.

Todo acto de habla tiene un carácter contractual entre el emisor y el receptor, es decir, ambos participantes deben acatar las instrucciones, los vínculos sociales, obligaciones y responsabilidades modales, rituales y ceremoniales que se requieren para llevar a cabo el efecto perlocutivo del acto de habla.

<sup>3</sup> La condición general de la satisfacción “es que una persona haga algo y que el *resultado* y/o las *consecuencias* de ese resultado sean idénticas a las que el agente quería causar con su *hacer* (doing)” Teun A. van Dijk *Estructuras y funciones del discurso*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1991, p. 60.

---

Aunque el periodista no sabe en concreto quién es su público, sí debe conocer el perfil de sus lectores; de la misma manera, el lector, aunque no conozca al periodista, desde el momento en que compra y decide leer el periódico está aceptando al emisor como el adecuado para llevar a cabo el acto de habla. Para que se realice un acto de habla satisfactorio, es necesario que se establezca un contrato entre emisor y receptor por el que ambos acepten tácitamente no sólo ser los participantes adecuados, sino que aceptan también que lo dicho en el texto es una situación extratextual y, por lo mismo, puede ser verificada por el lector.

Así entonces, el pacto que se establece entre el emisor y el receptor, si bien no es escrito, sí se suscribe de manera tácita e implica que el lector deberá leer el relato de una manera específica. No debe haber engaño por ninguna de las dos partes: ni el autor debe hacer pasar su texto por lo que no es, ni el lector deberá exigir otra cosa que la que se promete.

## II

El pacto periodístico es un contrato celebrado entre el periodista y sus lectores. El compromiso entre ambos obliga a saber de las limitaciones de la labor periodística y que, a pesar de ellas, el relato periodístico es el resultado de la subjetividad bien intencionada del periodista. El periodista convierte los hechos en relato; al procesarlos los manipula, es decir, los selecciona y organiza, los jerarquiza y los somete a las exigencias del lenguaje. No obstante, el resultado de esta subjetivación se presenta al lector para su verificación y actualización.

Para entender en detalle cómo se da el pacto periodístico es conveniente conocer, primero, cuáles son las partes integrantes del pacto y, segundo, saber cuáles son las condiciones de dicho pacto.

Como ya se mencionó, periodista y lector son quienes firman el contrato, pero para hacerlo deben, además de conocer las condiciones del mismo, ser capaces de cumplir con lo establecido en el contrato. La responsabilidad y el compromiso son requisitos indispensables de las partes.

Una vez que sabemos quiénes son aquellas personas capaces de firmar el pacto periodístico, es momento de saber cuáles son las condiciones a las que nos comprometemos.

Las cláusulas del contrato se encuentran en relación estrecha con las mismas reglas<sup>4</sup> que nos permiten si un acto de habla es o no adecuado. A saber, los participantes en el pacto periodístico, es decir el autor y el lector se comprometen a:

- a) Ser las personas idóneas para firmar el contrato.
- b) Llevarlo a cabo en un plazo mediato.
- c) Compartir códigos.
- d) Aceptar que lo enunciado en el relato es la versión del periodista, sobre un hecho ocurrido en el mundo factual.
- e) Someter a la verificación, si lo consideran necesario, los hechos narrados en el relato periodístico.
- f) Adoptar el comportamiento implicado en el relato y, además, comportarse así, más tarde.

Para comprender cabalmente lo que significa el pacto periodístico habrá que comentar cada una de las cláusulas del contrato.

### **Cláusula 1**

Esta cláusula se refiere a la idoneidad de los elementos participantes en el contrato: autor y lector.

El autor de los relatos periodísticos desconoce con precisión quién es su público; no obstante, debe elaborar su texto para un lector modelo que intuye, que prevé y que debe ser capaz “de moverse interpretativamente, igual que él se ha movido generativamente”.<sup>5</sup> Desde la perspectiva del autor, el lector modelo debe ser un consumidor activo, no masificado por la información periodística convencional, capaz de tomar partido, asentir o disentir respecto de las creencias del autor mediante juicios de valor. En resumen, un lector activo deseoso de conocer y reflexionar sobre lo que sucede a su alrededor.

Por otro lado, el lector, generalmente, tampoco conoce al autor del mensaje, pero también lo intuye; pues, a partir del mensaje que

---

<sup>4</sup> Para conocer estas reglas véase Lourdes Romero Álvarez, “El relato periodístico como acto de habla”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm 165, año XLI, julio-septiembre de 1996, p. 23.

<sup>5</sup> Umberto Eco, *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Lumen, 1987, p. 80.

---

---

tiene delante de él puede vislumbrar ciertas características del emisor que le permiten seleccionarlo como el idóneo. Este proceso presupone, entre otros factores que:

- a) El destinatario haya leído frecuentemente al autor.
- b) De preferencia haya identificación de ideas entre ambos participantes, aunque esto no es indispensable.
- c) Las afirmaciones del autor estén sustentadas con argumentos bien fundamentados.
- d) Las fuentes en las que se base el emisor sean fidedignas, y de preferencia, de primera mano.
- e) El sujeto de la enunciación sea sincero al expresar su versión de los hechos.

En suma, el lector espera del autor modelo<sup>6</sup> un relato cabal, producto de la investigación y de la reflexión y, por supuesto, que se lo presente en el formato adecuado y de manera atractiva.

Para que un mensaje periodístico cumpla con su objetivo fundamental, es decir, que pueda ser actualizado adecuadamente por el lector, es necesario considerar a quién va dirigido, vale la pena recordar lo que Mao Tse Tung les dijo en 1942 a los miembros de su partido “cuando uno dispara una flecha debe apuntar al blanco, cuando uno toca el laúd debe tener en cuenta el público”.<sup>7</sup> Si en realidad el periodista quiere ser leído, no debe escribir por escribir, sino efectivamente pensar en su público y preparar el mensaje para él.

Elaborar el mensaje para un lector que se prevé, exige del periodista un trabajo responsable, es decir, debe investigar para obtener la información más completa sobre el hecho que relata, explicar sobre sus causas y establecer sus relaciones con otros acontecimientos. Realizar esto implica: invertir tiempo en la investigación, acudir al lugar de los hechos, interrogar, revisar y estudiar documentos. Todo esto con la finalidad de obtener información para reconstruir de manera cabal el acontecimiento que dará a conocer, para contribuir a que los lectores, tal como se comentará en la última cláusula

<sup>6</sup> Para ahondar sobre autor y lector modelo véase Umberto Eco, *op. cit.* pp. 87-95.

<sup>7</sup> M. Tse Tung, “Contra el estilo de Clisé en el partido”, en *Obras escogidas*, tomo III, Pekín, Ediciones de Lenguas Extranjeras, 1976, p. 55.

del contrato, participen directamente, no como espectadores pasivos de un hecho o audiencia que es necesario entretener sino como oyentes capaces de cooperar interpretativamente en la actualización del mensaje.

## **Cláusula 2**

Para entender la Cláusula 2 que hace alusión al plazo mediato que se requiere para llevar a cabo el pacto periodístico, es necesario considerar la peculiaridad que adopta el mensaje periodístico como acto de habla. Mientras que en un acto de habla verbal los participantes se encuentran frente a frente, en el mensaje periodístico la situación es diferente: los interlocutores sólo se ponen en contacto por medio del texto periodístico.

El trasladar un acto de habla a la escritura implica que “la naturaleza del acto locutivo se altera de manera evidente; el acto ilocutivo se atenúa en mayor o menor medida y el acto perlocutivo se ve más o menos aplazado”.<sup>8</sup> Si se analiza este planteamiento se podrá inferir que el producto del autor llegará al lector varias horas o días después de que aquél lo concluyó. Una vez impreso el texto periodístico, el lector lo decodificará voluntariamente.

Al enfrentarse libre y de manera espontánea ante un mensaje periodístico, el lector ha firmado implícitamente el pacto periodístico con quien produjo el mensaje. Es en este preciso momento en el que las partes que intervienen en el pacto, autor y lector, se ponen en contacto por medio del mensaje. No obstante, el proceso ya había iniciado con anterioridad: en el momento en que el periodista acude al lugar de los hechos, investiga, procesa la información y redacta su texto.

El acto de habla periodístico concluirá cuando el lector haya actualizado el mensaje y actúe de la manera en que se espera de él, tal como se especifica en la Cláusula 5. Esta es la razón por la cual el acto perlocutivo en el mensaje escrito se difiere.

---

<sup>8</sup> R. Ohmann, “Los actos de habla y la definición de literatura”, en José Antonio Mayoral (comp.), *Pragmática de la comunicación literaria*, Madrid, Arco libros, 1987, p. 24.



---

### Cláusula 3

El emisor y el lector deben compartir los mismos códigos. De no ser así, el mensaje puede ser actualizado de manera inadecuada. En otras palabras, quien actualiza un mensaje no sólo debe conocer el léxico y las reglas sintácticas y semánticas sino saber en qué contexto se presenta. Por ello, actualizar un mensaje requiere que el lector se convierta en un operador semántico capaz de reconocer ciertas propiedades del texto como pertenecientes a una convención específica que le permita asignar al mensaje una función pragmática determinada.<sup>9</sup>

Sobre todo porque el texto periodístico, a diferencia del relato de ficción, es un texto cerrado en el sentido de que no admite múltiples lecturas, ya que los hechos relatados en estos mensajes tienen su referente en la realidad. El texto periodístico se caracteriza por su pretensión de ser decodificado por el lector de manera unívoca, especialmente cuando sabemos que puede haber varias versiones sobre un mismo acontecimiento. La multiplicidad de versiones, bien interpretadas por los lectores, les permitirá la comprensión cabal del acontecimiento. Por esta razón, el periodista debe generar su mensaje empleando los códigos que son de la competencia del lector, para garantizar una comunicación fluida y adecuada entre ambos.

### Cláusula 4

La cuarta cláusula del pacto periodístico afirma que se debe aceptar que lo enunciado en el mensaje es la versión del periodista sobre un hecho ocurrido en el mundo factual. Para entender con precisión este enunciado es necesario reflexionar sobre cómo se genera y cómo debe ser decodificado el mensaje periodístico.

El contenido del mensaje es la versión de quien escribe, porque el texto periodístico, al ser un relato de acontecimientos, producto de un hecho noticioso, traslada lo que es pluridimensional al ámbito verbal, que es lineal.

<sup>9</sup> M.L. Romero Álvarez, *op. cit.*, p. 23.

Realizar este proceso implica convertir en relato la historia mediante el proceso de narración. “Al definir el hecho en términos verbales, la interpretación de la realidad se vuelve selectiva, ya que el lenguaje no puede dar cuenta de ésta última sin caracterizarla, es decir, sin escoger ciertos aspectos y olvidar otros”.<sup>10</sup>

El autor no reconstruye el acontecimiento tal y cómo sucedió, su objetivo debe ir más allá, es decir, debe explicarlo. Para conocer el hecho en plenitud y poder interpretarlo, el periodista recurre a las técnicas de investigación documental y de campo. Una vez que ha recopilado la información que le permite establecer la contextualización del hecho procede a la selección y organización del material. Esta actividad de reflexión lo llevará a reconstruir el acontecimiento que pretende transmitir. Esto significa que se hace una representación de los hechos en donde interviene la decisión de quien narra y construye. Este proceso de subjetivación es inevitable y, además, no debe ignorarse. La manipulación que se hace con el material periodístico, similar a la que se hace al editar una película, no hay que negarla ni ocultarla; forma parte de la misma naturaleza del proceso cognoscitivo. Por ello, el texto periodístico es el relato que el periodista hace de los hechos, en otras palabras, es su versión.

Del mismo modo que el autor de textos periodísticos debe dejar a un lado toda pretensión de mostrar la realidad, el lector no puede exigir al autor que le presente en el relato los hechos tal y cómo son. Una cosa es el hecho y otra muy diferentes, el relato del hecho.

## **Cláusula 5**

El emisor y el receptor aceptan que la información proporcionada en el texto, ocurrida en el mundo factual, puede ser sometida a la verificación. Los acontecimientos narrados en los textos periodísticos no son ficción, tienen su referente en el mundo factual. Los elementos referenciales tienen la propiedad de evocar o traer a la memoria del lector lo que sucede o aconteció en el mundo real. Así, al leer el mensaje periodístico, el lector puede conocer por primera vez

---

<sup>10</sup> M.L. Romero Álvarez, “Anacronías: el orden temporal en los relatos periodísticos”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm 169, año XLI, julio-septiembre de 1997, p. 91.

---

---

o confirmar lo que ya sabe; también, puede dudar o mantenerse escéptico sobre la existencia de tal o cual hecho. Independientemente de la postura que adopte el destinatario del mensaje periodístico, siempre tendrá elementos que le permitirán verificar la información que se le proporciona.

El periodista, por su lado, para dar garantías de credibilidad y permitir que su lector pueda comprobar la validez de lo expresado en el texto, recurre a ciertos procedimientos,<sup>11</sup> como:

1. Permitir que los testigos de los acontecimientos se dirijan al público con sus propias palabras (estilo directo). El discurso directo tiene la posibilidad de ser una reproducción literal de lo dicho por los protagonistas del acontecimiento, por la misma razón, proporciona al lector la posibilidad de conocerlo por su propia voz y no por la del periodista. Con esta estrategia se satisface la necesidad de credibilidad del lector ya que no es lo mismo escuchar el relato en boca de los participantes que de un intermediario.
2. Transcribir citas textuales de diversas fuentes, tales como documentos de primera mano cuyo contenido puede ser cotejado por el lector en el mundo factual. Además de transcribir directamente el discurso de los protagonistas de los acontecimientos, como se describe en el apartado anterior, es frecuente que el periodista, para recrear, fundamentar y contextualizar su historia, introduzca, en el relato marco, como fuente de información, la transcripción de la totalidad o fragmentos de documentos y testimonios; como boletines de prensa, artículos de periódicos o revistas, actas, libros, anuncios, estudios, informes, cartas, grabaciones de entrevistas, resultados de encuestas y letras de canciones, entre otros muchos documentos.
3. Indicar con precisión y exactitud las fuentes de información empleadas, para demostrar que son fiables, y las pertinentes para sustentar el tema tratado.

<sup>11</sup> Véase M.L. Romero Álvarez, "El relato de palabras como recurso de credibilidad en el relato periodístico", en Adrián Giménez Welsh (comp.), *Ensayos semióticos. Dominios, modelos y miradas desde el cruce de la naturaleza y la cultura*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2000, pp. 97-106.

4. Emplear dentro del discurso expresiones que funcionen como preparación para una adecuada interpretación pragmática del texto, como: “esto es un reportaje”, “esto es un testimonio”.

Incluir transcripciones de documentos y declaraciones de informantes en los relatos periodísticos implica manipulación. El periodista selecciona, fracciona e intercala dentro de su discurso aquellos documentos y testimonios que considera válidos para recrear y contextualizar su historia. De hecho, debe aceptarse que todo uso de los medios presupone una manipulación. No es posible escribir, o realizar un programa de radio o televisión, sin manipular la información. La cuestión no es poner en duda la existencia de la manipulación, sino la manera en que ésta se ejerce. “En un sentido amplio, el concepto de manipulación significa una intervención consciente, técnica, en un determinado material”.<sup>12</sup> En este sentido, es necesario que tanto emisor como lector estén conscientes de esta posibilidad. Así entonces el emisor no debe manipular la información para falsear la realidad, por el contrario, debe apelar a la racionalidad de su lector a partir de premisas válidas, es decir, a partir de información contextualizada y proveniente de fuentes con nombre, de prestigio y confirmadas, sin valerse de rumores. El lector, por su parte, si en algún momento tiene duda de la veracidad de lo dicho en el relato periodístico, debe acudir a las fuentes de información no sólo para comprobar la validez del enunciado sino para completar la información proporcionada en el mensaje.

En resumen, el texto periodístico se caracteriza por tener elementos que permiten al lector hacer constantemente en referencia a la realidad, esa realidad que es objeto del texto periodístico.

## **Cláusula 6**

El emisor espera que el receptor lleve a cabo la función perlocutiva del acto de habla. En términos retóricos esto quiere decir que nos

---

<sup>12</sup> A.M. Amar Sánchez, *El relato de los hechos*, Buenos Aires, Beatriz Viterbo Editora, 1992, pp. 78-79.

---

---

encontramos en un proceso de persuasión. El periodista, al escribir su mensaje, tiene una intención y espera un comportamiento específico de sus destinatarios; se dirige, principalmente, a las creencias de los lectores con la finalidad de ampliar sus conocimientos y provocar en ellos cambios de opinión, de necesidades y de objetivos. El lector, por su lado, al actualizar estos relatos, adquiere conocimientos y asume determinados puntos de vista ante los hechos narrados. También, puede alterar sus creencias e, incluso, modificar sus intenciones para acciones futuras. Como todos los actos de habla, los textos periodísticos persiguen un efecto perlocutivo, lo importante es determinar con exactitud cuál es el efecto específico que pretende provocar cada texto.

### III

Para que el pacto periodístico resulte un éxito, como ya expusimos en el apartado anterior, es necesario saber cuáles son las condiciones del contrato para que ambas partes se comporten de la manera solicitada y evitar que alguna de ellas se sienta defraudada. Para ahondar en lo que significa el pacto periodístico ejemplificaré con tres relatos: uno de Janet Cooke, otro de Vicente Leñero y un tercero de Gabriel García Márquez.

Un ejemplo que ilustra la importancia de conocer con claridad las reglas del juego, es decir, las condiciones en las que se debe establecer el contrato es el tan sonado caso de Janet Cooke. En 1981, esta periodista ganó el premio Pulitzer por el reportaje “Jimmy World”, publicado el 28 de septiembre de 1980 en el *Washington Post*. En este reportaje, la autora crea un personaje que representa a un conjunto de sujetos. La periodista, después de realizar una profunda indagación sobre la drogadicción infantil en Estados Unidos, vierte de manera compacta en un personaje ficticio, un niño negro, las múltiples evidencias documentadas en su investigación. Jimmy no tenía su referente en el mundo real; en cambio, sí lo tenían las vivencias y las experiencias que Janet Cook le adjudicó a Jimmy.

Después que se le dio el premio Pulitzer se descubrió que el protagonista era un personaje ficticio. Hubo, como consecuencia, acerbadas declaraciones. *El New York Times* afirmó:

Cuando un periódico de prestigio miente, envenena la colectividad, porque los artículos de los otros periódicos se tornan sospechosos. El lector que se siente impresionado por lo extraordinario de la noticia se siente autorizado a valorarla como sospechosa.<sup>13</sup>

Sobre el mismo reportaje ganador del premio Pulitzer, Gabriel García Márquez opinó, de manera similar, en una entrevista para el diario español *El país*:

La audacia de Janet Cooke, una vez más, plantea también las preguntas de siempre sobre las diferencias entre el periodismo y la literatura [...] Debemos empezar por preguntarnos cuál es la verdad esencial de su relato. Para un novelista lo primordial no es saber si Jimmy existe o no, sino establecer si su naturaleza de fábula corresponde a una realidad humana y social, dentro de la cual podría haber existido. Este niño, como tantos niños de la literatura, podría no ser más que una metáfora legítima para ser más cierta la verdad de su mundo [...].

Lo malo es que en periodismo un solo dato falso desvirtúa sin remedio a los otros datos verídicos. En la ficción, en cambio, un solo dato real bien usado puede volver verídicas a las criaturas más fantásticas. La norma tiene injusticias de ambos lados: en periodismo hay que apegarse a la verdad, aunque nadie la crea, y en cambio en literatura se puede inventar todo, siempre que el autor sea capaz de hacerlo creer como si fuera cierto [...].<sup>14</sup>

¿Cuál es la causa de la molestia en este asunto? Para los lectores de Janet Cook, incluido el jurado del premio Pulitzer, el pacto periodístico no se cumplió, el autor rompió su parte del contrato porque, desde su punto de vista, el protagonista del relato debió ser un personaje de carne y hueso.

Desde mi punto de vista, no está en tela de juicio si el relato es o no reportaje, sino que la reportera debió haber aclarado que la problemática social planteada en el relato era producto de su investi-

---

<sup>13</sup> M. Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1989, p. 168.

<sup>14</sup> G. García Márquez, "¿Quién cree a Janet Cooke?", en *El País*, 29 de abril de 1981, p. 11.

---

gación y para hacerla accesible al público la ejemplificaría con un personaje irreal.

Vicente Leñero con su relato titulado *Los periodistas*,<sup>15</sup> publicado en mayo de 1978, narra, a partir de lo acaecido en el diario *Excelsior* de la ciudad de México el 8 de julio de 1976, los enfrentamientos de esa época entre el gobierno de México y la prensa.

En la introducción de su relato, Leñero nos dice textualmente:

El episodio, aislado pero elocuente ejemplo de los enfrentamientos entre el gobierno y la prensa en un régimen político como el mexicano, es el tema de esta novela. Subrayo desde un principio el término: novela. Amparado bajo tal género literario y ejercitando los recursos que le son o le pueden ser característicos he escrito este libro sin apartarme, pienso, de los imperativos de una narración novelística. Sin embargo, no he querido recurrir a lo que algunas corrientes tradicionales se empeñan en dictaminar cuando se trata de trasladar [sic] a la “ficción” un episodio de la vida real: disfrazar con nombres ficticios y con escenarios deformados los personajes y escenarios del incidente. Por el contrario, consideré forzoso sujetarme con rigor textual a los acontecimientos y apoyar con documentos las peripecias del asunto porque toda la argumentación textual y novelística depende en grado sumo de los hechos verdaderos, de los comportamientos individuales y grupales y de los documentos mismos.

Inútil pedir disculpas a quienes se consideren maltratados o mal comprendidos por el narrador autor. Inútil enmascarar con hipócritas advertencias los señalamientos contra quienes se apuntan las denuncias. El novelista se siente obligado a asumir con plenitud su relato y sólo apela a la complicidad de sus lectores.<sup>16</sup>

Si se analiza con cuidado lo expresado por Leñero en su introducción, el receptor se enfrenta ante un dilema: por un lado, el autor expresa que su texto es una novela; por el otro, explica que su relato tiene características propias del estilo periodístico: “consideré for-

<sup>15</sup> V. Leñero, *Los periodistas*, México, Joaquín Mortiz, 1978.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 9.

zoso sujetarme con rigor textual a los acontecimientos y apoyar con documentos las peripecias del asunto”.<sup>17</sup>

No obstante que la novela implica ficción y el texto periodístico es un relato no ficcional, al leer la introducción del libro de Leñero, todo lector debe atenerse a lo que el autor le solicita: leer su relato como novela basada en hechos reales y no puede pretender otra cosa. Así debe asumirse y así es como debe leerse.<sup>18</sup>

Para concluir mi artículo y demostrar nuevamente que para celebrar el pacto periodístico es necesario establecer las reglas del juego entre autor y lector, utilizo como ejemplo el reportaje “Noticias de un secuestro” de Gabriel García Márquez. En esta obra, similar a la de Leñero por estar basada en un hecho del mundo factual y emplear técnicas de la novela, el autor optó por darlo a conocer a sus lectores como reportaje.

En octubre de 1993, Maruja Palacios y su esposo, Alberto Villamizar, propusieron a García Márquez que escribiera un libro sobre las experiencias de ella durante su secuestro de seis meses y las actividades de él para lograr su liberación. García Márquez aceptó el reto y junto con un equipo de trabajo investigó cuidadosamente, durante más de dos años, sobre el suceso. “Noticias de un secuestro” es un buen ejemplo del trabajo periodístico responsable y comprometido: el autor investiga, trabaja en equipo, confronta versiones, corrobora datos y, por último, reconstruye la historia de tal manera que nos hace revivir el hecho extraído de la vida real. En marzo de 1995, cuando García Márquez tenía la primera versión de su trabajo, declaró al diario español *El país* que aún dudaba en calificar a su relato como novela o reportaje. Un año después de esta declaración, García Márquez toma una decisión: opta por publicar su texto como un reportaje. De nosotros depende firmar el pacto periodístico con tan prestigiado autor.

Recibido el 6 de junio de 2002

Aceptado el 13 de agosto de 2002

<sup>17</sup> *Idem.*

<sup>18</sup> Recientemente, tuve oportunidad de preguntar al autor de *Los periodistas* por qué había puesto en la Introducción de este libro que era una novela y no un reportaje. Él me respondió que efectivamente era un reportaje, sólo que había puesto lo de novela porque quería dejar explícito que había utilizado técnicas propias de la literatura, tales como el monólogo interior con el que inicia el relato.